

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan interpretasi pembahasan sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Pada variabel *giveaway* nilai t_{hitung} sebesar $3,399 > t_{tabel}$ 1,660 dan taraf signifikan $0,001 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *giveaway* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan MS. Glow Mabella (Y). Nilai koefisien variabel *giveaway* sebesar 0,138 hal ini berarti setiap melakukan *giveaway* sebanyak 1 kali maka penjualan MS. Glow Mabella akan meningkat sebesar 0,138 atau 13,8%. Karena strategi marketing merupakan hal penting dalam dunia bisnis untuk memasarkan produk atau jasa, maka pendekatan yang paling ampuh adalah dengan cara melakukan promosi, seperti mengadakan *giveaway*
2. Pada variabel *Price Discount* (X2) hasil uji t yang menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar $6,465 > t_{tabel}$ 1,660 dan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan MS. Glow Mabella (Y). Nilai koefisien variabel *price discount* sebesar 0,466 hal ini berarti bahwa setiap mengadakan *discount* sebanyak 1 kali maka penjualan MS. Glow Mabella akan meningkat sebesar 0,466 atau 46,6%. Sama halnya dengan *giveaway* pemberian *discount* adalah cara yang efektif untuk meningkatkan penjualan perusahaan.
3. Pada variabel menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar $15,360 > t_{tabel}$ 1,660 dan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *reseller* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan

4. penjualan MS. Glow Mabella (Y). Nilai koefisien variabel *reseller* sebesar 0,937 hal ini berarti bahwa setiap merekrut 1 orang *reseller* maka penjualan MS. Glow Mabella akan meningkat sebesar 0,937 atau 93,7%. Dengan jumlah *reseller* yang banyak, penjualan bisa meningkat dan produksi barang juga akan ditingkatkan. *Reseller* yang tersebar di berbagai daerah juga mempermudah untuk menjangkau konsumen.
5. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan terhadap variabel *giveaway*, *price discount*, dan *reseller* terhadap peningkatan penjualan diperoleh hasil nilai $F_{hitung} 822,782 > F_{tabel} 2,70$, nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu $0,000 < 0,05$. Dan dengan melihat koefisien determinasi (*R Square*) menunjukkan hubungan antar variabel bebas terhadap variabel terikat memiliki korelasi yang kuat yaitu dengan nilai *R Square* 0,963 atau sekitar 96,3% variabel *giveaway*, *price discount*, dan *reseller* mempengaruhi peningkatan penjualan store MS. Glow Mabella, sedangkan sisanya 3,7% dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti.

B. Saran

Setelah penelitian dilakukan, peneliti sadar bahwa didalam skripsi ini ada banyak kekeliruan dan keterbatasan oleh karena itu, peneliti berharap saran dan kritik yang membangun agar penelitian ini dapat disempurnakan dan dapat memberikan manfaat serta kontribusi yang lebih untuk masyarakat dan para pembaca.

Bagi store MS. Glow Mabella. Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan dan kebijakan dengan upaya peningkatan jumlah penjualan dengan tetap memberikan *giveaway* dan *price discount*. Merekrut *reseller* juga berdampak baik bagi kemajuan penjualan karena jangkauan masyarakat lebih mudah dengan adanya *reseller* di daerah-daerah mereka.

Mendorong akademisi dan pembaca untuk melakukan penelitian selanjutnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan penjualan. dan bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber data dan referensi penelitian di masa yang akan datang, sehingga dapat dilakukan penelitian tambahan berdasarkan data yang lebih lengkap dan lebih luas.

